

**PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*) PENDIDIKAN
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH JASA PENDIDIKAN
DI SMA ISLAM 1 SURAKARTA TAHUN 2014**

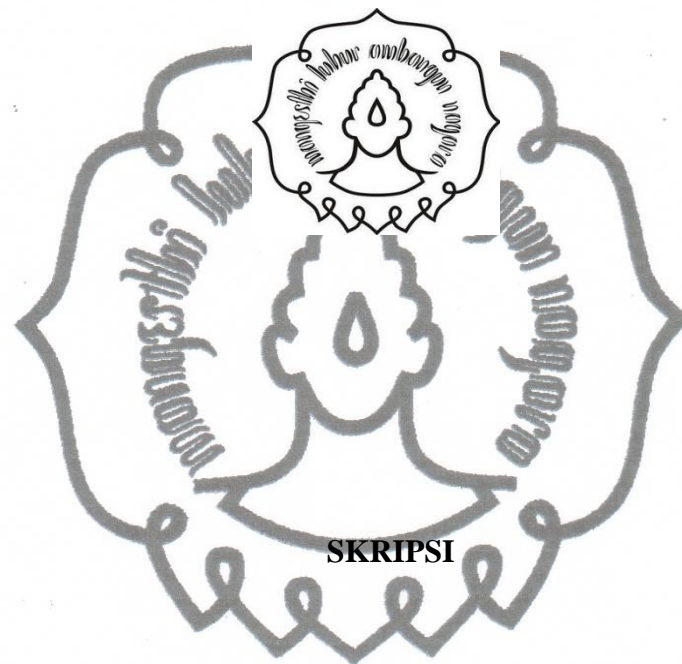


Oleh:
Eka Kusnul Khotimah
K7410063

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

Desember 2014
commit to user

**PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*) PENDIDIKAN
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH JASA PENDIDIKAN
DI SMA ISLAM 1 SURAKARTA TAHUN 2014**



Oleh:
Eka Kusnul Khotimah
K7410063

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

Desember 2014
commit to user

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	: Eka Kusnul Khotimah
NIM	: K7410063
Jurusan/Program Studi	: P.IPS/Pendidikan Ekonomi
Bidang Keahlian Khusus	: Pendidikan Tata Niaga (PTN)
Tahun Angkatan	: 2010

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*) PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH JASA PENDIDIKAN DI SMA ISLAM 1 SURAKARTA TAHUN 2014”** benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan sumber pustaka yang digunakan dalam penelitian ini telah disebutkan dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila dalam kemudian hari ditemukan dan terbukti bahwa hasil skripsi ini adalah karya jiplakan atau tidak autentik, maka saya bersedia menerima konsekuensi atas perbuatan saya.

Surakarta, Desember 2014

Yang membuat pernyataan



Eka Kusnul Khotimah

**PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*) PENDIDIKAN
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH JASA PENDIDIKAN
DI SMA ISLAM 1 SURAKARTA TAHUN 2014**



diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana
Pendidikan Tata Niaga, Program Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu
Pengetahuan Sosial.

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
Desember 2014**

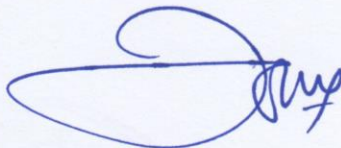
commit to user

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.

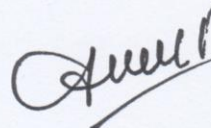
Surakarta, Desember 2014

Pembimbing I



Jonet Ariyanto. N. SE, MM
NIP. 19750728 200501 1 002

Pembimbing II



Salman Alfarisy. T. S.Pd, M.Si
NIP. 19830608 200604 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

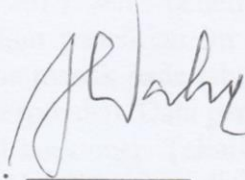
Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Tim Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret dan diterima untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan.

Pada hari : Selasa

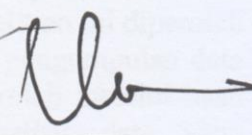
Tanggal : 23 Desember 2014

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dra.Sri Wahyuni, MM

1. 

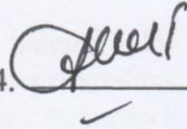
Sekretaris : Sudarno, S.Pd,M.Pd

2. 

Anggota : Jonet Ariyanto.N.,SE,MM

3. 

Anggota : Salman Alfarisy.T.,S.Pd,M.Si

4. 

Disahkan oleh:

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Sebelas Maret

Surakarta



Prof. Dr. M. Furqon Hidayatullah, M.Pd

NIP 19600727 198702 1 001

ABSTRAK

Eka Kusnul Khotimah. **PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*) PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH JASA PENDIDIKAN DI SMA ISLAM 1 SURAKARTA TAHUN 2014**. Skripsi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Desember 2014.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) ada tidaknya pengaruh variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek sebagai elemen utama ekuitas merek secara simultan terhadap keputusan memilih jasa pendidikan di SMA Islam 1 Surakarta tahun 2014, (2) ada tidaknya pengaruh variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek sebagai elemen utama ekuitas merek secara parsial terhadap keputusan memilih jasa pendidikan di SMA Islam 1 Surakarta tahun 2014. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA Islam 1 Surakarta yang mendaftar dan diterima masuk pada tahun ajaran 2012/2013 dan 2013/2014 dengan sampel sebanyak 116 responden. Data penelitian ini diperoleh dari jawaban responden yang dijawab melalui kuesioner. Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner (angket). Validitas data diperoleh melalui hasil *tryout* yang dilakukan kepada 30 responden. Teknik analisis data yang dipergunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek sebagai elemen utama ekuitas merek terhadap keputusan memilih jasa pendidikan di SMA Islam 1 Surakarta tahun 2014. Hasil ini dapat diketahui melalui hasil uji F diperoleh nilai probabilitas sebesar (0,000). Nilai ini lebih kecil dibandingkan 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terhadap keputusan memilih jasa pendidikan di SMA Islam 1 Surakarta tahun 2014. (2) terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terhadap keputusan memilih jasa pendidikan di SMA Islam 1 Surakarta tahun 2014. Hasil ini dapat diketahui melalui uji t variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek diperoleh nilai probabilitas masing-masing sebesar (0,001); (0,002); (0,000); dan (0,007). Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terhadap keputusan memilih jasa pendidikan di SMA Islam 1 Surakarta tahun 2014.

Kata Kunci: Ekuitas Merek, Keputusan Memilih Jasa Pendidikan, Regresi Berganda.

ABSTRACT

Eka Kusnul Khotimah. **“THE EFFECT OF BRAND EQUITY ON THE PURCHASING DECISION TO CHOOSE THE EDUCATION SERVICES IN SMA ISLAM 1 SURAKARTA 2014.** Thesis, Teacher Training and Education Faculty of Surakarta Sebelas Maret University. December 2014.

The purposes of research was to find out: (1) whether or not there was an effect of brand awareness, perceived quality, brand associations, and brand loyalty as main element of brand equity as simultaneously on the purchasing decision to choose the education services in SMA Islam 1 Surakarta 2014, and (2) whether or not there was an effect of brand awareness, perceived quality, brand associations, and brand loyalty as main element of brand equity as partially on the purchasing decision to choose the education services in SMA Islam 1 Surakarta 2014. This study was a descriptive quantitative research. The population of research was the Students of SMA Islam 1 Surakarta who signed and accepted in school year 2012/2013 and 2013/2014 with 116 respondents as the sample. The data source derived from respondent's response to questionnaire. Technique of collecting data used was questionnaire. The data validity was obtained from the result of tryout conducted with 30 respondents. Technique of analyzing data used was a multiple linear regression analysis.

Considering the result of research, the following conclusions could be drawn. (1) There was a simultaneous effect of brand awareness, perceived quality, brand associations, and brand loyalty on the purchasing decision to choose the education services in SMA Islam 1 Surakarta 2014. It could be seen from the result of F-test obtaining probability value of (0.000). This value was lower than 0.05; therefore it could be concluded that H_0 was not supported and H_a was supported. It meant that there was a simultaneous effect of brand awareness, perceived quality, brand associations, and brand loyalty variables on the purchasing decision to choose the education services in SMA Islam 1 Surakarta 2014. (2) There was a partial effect of brand awareness, perceived quality, brand associations, and brand loyalty on the purchasing decision to choose the education services in SMA Islam 1 Surakarta 2014. It could be seen from the result of t-test on brand awareness, perceived quality, brand associations, and brand loyalty variables obtaining probability values of (0.001); (0.002); (0.000); and (0.007), respectively. Those values were lower than 0.05; therefore it could be concluded that H_0 was not supported and H_a was supported. It meant that there was a partial effect of brand awareness, perceived quality, brand associations, and brand loyalty variables on the purchasing decision of to choose the education services in SMA Islam 1 Surakarta 2014.

Keywords: Brand Equity, Purchasing Decision, Education Service, A Multiple Regression.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(Q.S. Al-Insyirah ayat 6-8)

“Barang siapa yang menjadikan mudah urusan orang lain, pasti Allah akan memudahkannya di dunia dan di akhirat.”

(HR. Muslim)

“Dan sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lain.”

(HR. Thabrani dan Daruquthni)

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.”

(Thomas Alva Edison)

“Apabila di dalam diri seseorang masih ada rasa malu dan takut untuk berbuat suatu kebaikan, maka jaminan bagi orang tersebut adalah tidak akan bertemunya ia dengan kemajuan selangkah pun”.

(Bung Karno)

commit to user

PERSEMBAHAN

Teriring syukurku kepada-Mu, kupersembahkan karya ini untuk :

- ❖ Ayah dan ibu tercinta (Sukiran dan Paniyem) yang selalu memberikan semangat dan do'a yang tulus hingga terselesaikannya skripsi ini.
- ❖ Adikku tercinta (Ilaika Hanifah Fikri Marfuatin) yang hanya dengan melihat senyumnya saja telah memberi semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Teman-teman seperjuangan (Asri, Anisa, Anti, Rina, Reni, Mbak Dewi, dan Uswatun) yang selalu memberi masukan, saran, dan semangat selama penyelesaian skripsi ini.
- ❖ Teman-teman kosku (Mbak Jannah, Evania Hasna dan Stephani) yang memberiku motivasi untuk mengerjakan skripsi ini.
- ❖ Teman-teman PTN'10 seperjuangan dalam menyusun skripsi.
 - ❖ Para pembaca.
 - ❖ Almamater tercinta.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-NYA serta dengan usaha keras, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*) PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH JASA PENDIDIKAN DI SMA ISLAM 1 SURAKARTA TAHUN 2014”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret Surakarta. Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Pembantu Dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan izin dalam rangka mengadakan penelitian guna penyusunan skripsi ini.
2. Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan izin dalam rangka mengadakan penelitian guna penyusunan skripsi ini.
3. Ketua Program Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan izin dalam rangka mengadakan penelitian guna penyusunan skripsi ini.
4. Ketua Bidang Keahlian Khusus Pendidikan Tata Niaga Program Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan pengarahan dan izin dalam penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Sunarto, MM selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi dan arahan dalam penyelesaian skripsi.
6. Jonet Ariyanto Nugroho, SE, MM., selaku pembimbing I, yang memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Salman Alfarisy Totalia, S.Pd, M.Si, selaku pembimbing II, yang memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi, BKK Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dalam mendukung terselesainya skripsi ini.
9. Drs. Sudadi Wahyono selaku Kepala SMA Islam 1 Surakarta yang telah memberikan kesempatan dan tempat pengambilan data dalam penelitian ini.
10. Heny Farida R., B. A. selaku guru mata pelajaran Ekonomi SMA Islam 1 Surakarta yang telah memberikan bimbingan dan bantuan selama penelitian ini.
11. Siswa SMA Islam 1 Surakarta selaku responden dalam penelitian ini.
12. Keluarga yang selalu memberikan semangat dan doa.
13. Teman-teman Pendidikan Tata Niaga yang selalu memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
14. Semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebut satu persatu.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penelitian selanjutnya khususnya dan pembaca umumnya.

Surakarta, Desember 2014

Penulis

DAFTAR ISI

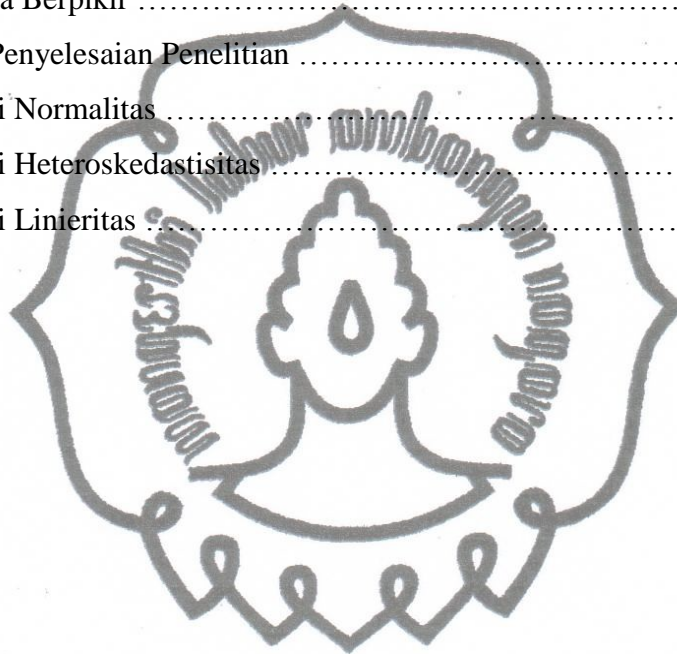
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGAJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Kajian Teori dan Hasil Penelitian yang Relevan	13
1. Kajian Teori	13
a. Tinjauan tentang Ekuitas Merek dalam Pemasaran ...	13
b. Tinjauan tentang Pemasaran Jasa Pendidikan	35
c. Tinjauan tentang Keputusan Memilih Jasa Pendidikan	37
d. Keterkaitan Ekuitas Merek dan Keputusan	

Pembelian (Memilih Jasa Pendidikan/Sekolah)	39
2. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	39
B. Kerangka Berpikir	41
C. Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Tempat Dan Waktu Penelitian	47
1. Tempat Penelitian	47
2. Waktu Penelitian	47
B. Rancangan atau Desain Penelitian	48
1. Jenis Penelitian	48
2. Variabel yang Diteliti	49
3. Definisi Operasional Variabel	49
C. Populasi dan Sampel	52
1. Populasi	52
2. Sampel	52
D. Teknik Pengambilan Sampel	53
E. Pengumpulan Data	53
1. Jenis dan Sumber Data	54
2. Metode Pengumpulan Data	55
F. Validasi Instrumen Penelitian	60
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas	61
G. Teknik Analisis Data	62
1. Uji Persyaratan Analisis	62
2. Uji Hipotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. Deskripsi Data	67
B. Pengujian Persyaratan Analisis	70
1. Uji Normalitas	70
2. Uji Multikolinearitas	72
3. Uji Heterokedastisitas	73

4. Uji Autokorelasi	74
5. Uji Linearitas	75
C. Pengujian Hipotesis	76
1. Analisis Regresi Berganda	76
2. Uji F	78
3. Uji t	80
4. Koefisien determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	83
D. Pembahasan Hasil Analisis Data	84
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	92
A. Simpulan	92
B. Implikasi	93
C. Saran	96
1. Bagi Sekolah	96
2. Bagi Siswa	98
3. Bagi Peneliti Selanjutnya	98
DAFTAR PUSPTAKA	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Diagram Jumlah Siswa SMA Islam 1 Surakarta TA. 2011-2013...	6
2.1 Piramida “ <i>Brand Awareness</i> ”	23
2.2 Tahapan dalam Pengambilan Keputusan	37
2.3 Kerangka Berpikir	43
3.1 Jadwal Penyelesaian Penelitian	47
4.1 Hasil Uji Normalitas	71
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
4.3 Hasil Uji Linieritas	75



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data PPDB Online Tingkat SMA Se-Surakarta TA 2013/2014 ...	4
3.1 Definisi Operasional Variabel	49
4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Kelas	67
4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jurusan	67
4.3 Deskripsi Data Hasil Penelitian	68
4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	72
4.5 Hasil Uji Autokorelasi	74
4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	76
4.7 Hasil Uji F	79
4.8 Hasil Uji t	80
4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kisi-Kisi Angket	102
2. Kuesioner Penelitian	104
3. Tabulasi Hasil Tryout	111
4. Tabulasi Data Penelitian	120
5. Data Induk Penelitian	144
6. Hasil <i>Output</i> Perhitungan Validitas Instrumen Penelitian Melalui SPSS	148
7. Hasil <i>Output</i> Perhitungan Reliabilitas Instrumen Penelitian Melalui SPSS	159
8. Hasil <i>Output</i> Penelitian	161
9. r tabel	164
10. Surat Permohonan Ijin Penyusunan Skripsi	165
11. Surat Keputusan Dekan	166
12. Surat Permohonan Ijin Penelitian di Instansi Pemerintah	167
13. Surat Permohonan Ijin Penelitian ke Instansi	168
14. Pengesahan Revisi	169